

Д. Лаптева, Е. С. Алпатова,  
*Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия*

## **«ЗЕЛЕНЫЙ» БИЗНЕС YVES ROCHER КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

Yves Rocher positions itself as a special company with true values. This helps to pursue the idea of sustainable development and to involve partners in joint environmental programmes. The example of Yves Rocher shows that it is possible to be an effective company in the economic sense and strictly control the environmental parameters of the activity.

Компания *Yves Rocher* – известный французский бренд по производству качественной натуральной косметики, подкрепленный легендарной историей. Косметика фирмы производится из натуральных компонентов целебных трав, выращенных в имении семьи *La Gacilly* (провинция Бретань). В настоящее время в *La Gacilly* выращивается более тысячи различных видов растений. Для гостей плантаций открыты ботанические сады, ресторан органической кухни и экоотель со спа-комплексом [1].

*Yves Rocher* – компания особого рода, основанная на истинных ценностях, таких как семья, уважительное отношение к окружающей среде и высокий профессионализм в косметологической индустрии [2]. Основатель компании Ив Роше ушел из жизни в 2009 г., и управление семейным бизнесом перешло к его внуку – Бри Роше. Семья Роше состоит из двенадцати человек, на компанию во Франции работают около четырех тысяч «служителей красоты».

На начало 2018 г. бренд *Yves Rocher* представлен 1500 центрами красоты в 88 странах мира. Ассортимент компании включает более 700 наименований косметики по уходу за лицом и телом, парфюмерию, мужскую линию и солнцезащитные средства.

Фирма контролирует абсолютно каждый шаг формирования продукта по системе вертикальной интеграции: качество поставляемого растительного сырья, разработку концепции жизненного цикла продукта, производство и маркетинговую составляющую. Этот тотальный контроль за качеством сырья и производства воплотился в безупречном качестве косметики. Косметика

фирмы является экологически чистой, для ее производства синтезируются только обновляющиеся части растений, а редкие виды растений не используются вообще.

Все линии косметики *Yves Rocher* не содержат компонентов животного происхождения и не тестируются на животных. В лабораториях фирмы ведутся разработки по минимизации влияния людей на экологический спектр. Так, эконаполнитель для шампуня гаммы *Hamamelis* позволил сократить использование пластика на 75 %. Получена формула концентрата, содержащего меньше воды, чем обычный гель для душа – флакон со специальным дозатором объемом 100 мл рассчитан на 40 применений (ранее применялся флакон на 400 мл). С 2006 г. корпорация отказалась от продажи пластиковых пакетов для упаковки косметики, было налажено производство простых тканевых эко-сумок.

Концепция устойчивого развития легла в основу бренда в 1959 г. – задолго до того, как ориентация на симбиоз человеческого бытования и бережного отношения к природным ресурсам стала трендом европейской экономики. Идея устойчивого развития как основа качества человеческой жизни в экологической системе поддерживается через систему партнерских институтов, которые постепенно присоединяются к армии «зеленых» предпринимателей. В 1965 г. *Yves Rocher* выпускает «Зеленую книгу красоты» – официальный каталог косметики фирмы, который регулярно переводится более чем на двадцать мировых языков.

Когда компания уверенно встала на ноги, был создан фонд *Yves Rocher* в 1991 г. как важный инструмент, с помощью которого представители бренда заботятся о сохранении и обновлении природы по всему миру.

Фонд развернул деятельность по четырем направлениям (по числу «крыльев бабочки» – символа организации). Это озеленение планеты, поддержка женщин-предпринимательниц в сфере экологии, защита старинных парков, экологическое образование [3].

В 1992 г. Жак Роше отправился на саммит Земли в Рио-де-Жанейро с петицией в защиту лесов Амазонки. Ее подписали более чем 200 тысяч

клиентов. В 1993 г. фонд мобилизовал школьные учреждения на акции по посадке растений, и с помощью школьников было создано 500 дендропарков. В 2001 г. был объявлен конкурс *Terre de Femmes* (Земля женщин), который ежегодно проводится среди женщин из развивающихся стран, внесших выдающийся экологический вклад. Цель конкурса – предложить лучшие экологические проекты для «зеленого» инвестирования.

С 2003 г. проводится фестиваль под открытым небом в галерее *La Gacilly*, вдохновляя сотни тысяч посетителей на акции в защиту планеты. В 2004 г. бренд *Yves Rocher* включился в поддержку красивейших исторических садов Франции, в частности объектом внимания стал средневековый *Jardin des Neuf Carrés* в аббатстве *de Royaumont*. В 2007 г. стартовал проект «Озеленим планету вместе» совместно с фондом дикой природы *WWF* с целью масштабной компании по высадке 50 миллионов деревьев (по количеству клиентов бренда). 2012 г. ознаменовался участием Жака Роше в саммите Земли «Рио+20», где представитель семьи получил аккредитацию экономического и социального Совета Организации Объединенных Наций.

К 2015 г. взятое на себя обязательство было выполнено Жаком Роше – с помощью сторонников фонда было высажено 50 миллионов деревьев в 26 странах мира [4]. Из них три миллиона деревьев посажены российским представительством компании на Алтае и в Архангельской области совместно с *WWF* на тех участках, где леса были уничтожены в результате негативных антропогенных факторов (Турочакское, Усть-Канское и Усть-Коксинское лесничества). Использовались саженцы кедров, выращенные без химикатов.

По инициативе *WWF* и *Yves Rocher* разрабатываются и вносятся изменения в правила заготовки древесины, угрожающие ценным кедровым лесам Сибири и Дальнего Востока, Архангельской области. При больших объемах лесозаготовки (ежегодно вырубается около 60 тысяч гектаров) лесовосстановительные работы ведутся на крайне низком уровне. Леса Архангельской области имеют планетарное значение: здесь сохранились последние в Европе крупные массивы малонарушенных таежных лесов,

перерабатывающих 15 % углерода планеты. Компания много усилий вкладывает в развитие устойчивого лесопользования, лесовосстановления и сохранения малонарушенных (бореальных) лесов с четким соблюдением обязательств по развитию и защите окружающей среды и экологии.

Многолетняя деятельность компании доказывает, что возможно быть эффективным концерном и иметь «зеленые» ценности, вдохновляя на правильный стиль жизни. Выстраивается логическая цепочка устойчивого экологического поведения: продукты, поддерживающие красоту и здоровье женщин, должны быть безопасными и бескомпромиссными по качеству. Качественный продукт создается из прекрасного сырья, произрастающего на чистых плантациях земли.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. История и современность компании Yves Rocher. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.promkod.ru/blogview/yves-rocher.html> (дата обращения 27.03.2018).

2. Портал EY (Ernst & Young) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ey.com/ru/ru/services/strategic-growth-markets/exceptional-cis-august-december-2013-yves-rocher-group> (дата обращения 27.03.2018).

3. Портал фонда Yves-rocher. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yves-rocher-fondation.org/en/the-yves-rocher-foundation/our-history> (дата обращения 27.03.2018).

4. Портал российского отделения фонда дикой природы WWF // WWF и бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://new.wwf.ru/business/partners/yves-rocher> (дата обращения 27.03.2018).